

新时代 新征程 新伟业 深入学习贯彻2023年全国两会精神

以切实之举提振旅游市场信心

编者按

本期理论版推出专题“以切实之举提振旅游市场信心”，探讨强力推动旅游产业复苏。当下，各地文旅局长下场拍短视频宣传当地旅游频上热搜的现象，印证了广大群众对旅游产品的强烈关注，同时也是各地大力促进旅游产业复苏和提振旅游市场信心的切实之举。以此为开端，我们看到了各地大力促进旅游产业复苏的决心和信心，而这一做法也为其他行业和产业多渠道扩大内需、大力提振市场信心提供了一种新的思路和实施路径。

作为非专业演员，文旅局长“内卷”拍短视频的举动，是工作热情和工作决心的极大体现。也是顺应潮流，贴近群众，服务人民的具体表现。长期看，文旅局长拍短视频宣传当地旅游与文化的行为将成为常态，现阶段也表现出了如下几个方面的积极影响：

提升旅游接待量。文旅局长拍短视频宣传当地旅游，从现实情况看，实实在在获得了较好效果。从相关媒体的报道数据看，多个在线旅游平台数据显示，进入2023年以来，多个文旅局局长代言地区的旅游相关订单均有不同程度的同比增幅，较2019年同期也大幅上涨。整体来看，相关数据显示，截至3月6日，近两周文旅局局长代言地区景区门票预订量较去年同期增长158倍，较2019年同期增长21倍。酒店方面，文旅局局长代言地区酒店预订量较去年增长76倍，较2019年同期增长166倍。

提振市场信心。一般旅游者很少会关注旅游统计数据，而会更多关注旅游热点。文旅局长拍短视频宣传当地旅游就是制造了受众关注

短视频宣传激发旅游内需活力

罗阳

全国两会提出要“大力提振市场信心，把实施扩大内需战略同深化供给侧结构性改革有机结合起来”。省两会也提出要“大力开展促进旅游产业复苏专项行动”“突出宣传推介、招商引资功能，全方位展示特色文旅资源和精品线路，强力推动贵州旅游复苏”。文旅局长拍短视频宣传当地旅游与文化是新生事物，也在逐步形成潮流，找准正确路径，又好又快发展此项工作，将有效激活和扩大内需，极大促进我省旅游产业快速复苏，夯实旅游产业化基础和增强旅游产业化动力。

的热点。在推动旅游市场复苏的过程中，亟须这样的热点。文旅局长出镜，对提振旅游消费信心的效果，是其他机构或个人宣传难以比拟的。

提高从业者热情。从供给端看，在旅游市场复苏之初，很多旅游从业者还处在观望中，更甚者或已经转移阵地，暂时从事了别的行业。文旅局长拍短视频宣传当地旅游的行为，

释放了非常明确的政策引导信号，对提高旅游从业者热情大有帮助。

各地文旅局长拍短视频宣传当地旅游的阶段，尽管取得了一些成绩，但也存在不少问题。为了这一常态化旅游宣传推广工作能高质量发展，建议：

视频制作品质化。目前文旅局长拍短视频

还处在“制造话题”的初级阶段，视频品质处于极不稳定状态。未来的视频制作一定是需要品质构建的，包括制作精良的程度，内容创意策划能力及吸引力等都需要大力提升。

市场导向明确化。就现阶段各地文旅局长拍的短视频来看，绝大部分的主要目的是为了获得“知晓度”的快速成长，呈现内容还聚焦于旅游地形象展示等方面。因此，对具体旅游产品和项目的宣传推广显得不足，同时，包括提供预订链接等细部工作也有待完善。未来视频内容对旅游消费的引导应更有针对性、更直接和明确。

舆情应对联动化。网络视频作为当下主要的宣传舆论工具，相对于传统媒体有其互动优势及先进性。下一步，还需建立完备的旅游宣传推广舆情应对机制，特别是与舆情管理部门做好衔接和联动，及时有效地回应人民群众的声音，是文旅局长拍短视频宣传当地旅游与文化工作高质量发展的重要保障。

（作者单位：贵州大学旅游与文化产业学院、贵州基层社会治理创新高端智库）

将流量转化为“留”量

向富华

各地文旅局长拍短视频宣传当地旅游是一个非常好的开端，背后折射的是我们文旅部门行政理念的与时俱进。如果要行稳致远，把流量转化为“留”量，科学化和专业化是必由之路，也是对我们各地文旅局长最大的考验。

店预订的情况来看，相关数据则显示，文旅局长拍短视频的确对当地旅游知名度的提升起了不小的作用，但是如果从游客量的表现来看，似乎并没有显著的提升作用。那最关键的问题来了，流量的提升如何才能促进“留”量的提升，而不是仅仅停留在“赔流量赚吆喝”的层面。

要实现流量向“留”量的转变，必须大力提升旅游视频营销的科学性和专业性。营销的本质是宣传一种精神或者价值观，旅游营销也不

例外。如果不能很好地理解营销的本质，那么我们会离营销目标越来越远。不得不说，一部分文旅局长的短视频还停留在博眼球和跟风这个层次，虽然各个地方的文化不一样，但是文旅局长们的表现还都是比较浅层次的文化展示，故事性和创新性远远不够，难以准确有效地传达当地的文化风貌，难以让受众在灵魂上引起共鸣，受众更多还是看热闹，如果要从看热闹转化成实际的旅游意愿和旅游行为，中间还有很长的路。

提升旅游视频制作的深度，有效地“圈粉”。牢牢把握当地文化的精神内涵，并结合当代人的精神需求，加深视频的内涵深度，而不是停留在表面，把当地的文化内涵有深度有温度地传达给受众，引起他们精神上的共鸣。

提升旅游视频制作的广度，广泛地“圈粉”。除了主导的产品以外精准理解当地不同旅游产品传递的文化内涵，以此为基础制作涵盖不同文化内涵的视频，而不仅仅是制作一个视频，要形成旅游视频推介系列。

提升旅游视频制作的长度，持续地“圈粉”。这个长度指的是旅游视频的制作不能一时兴起，而是要有比较长的时间跨度，涵盖前情后事、春夏秋冬，形成纵向维度的系列视频。

提升旅游视频制作的精准度，精准地“圈粉”。在广泛性、持续性的基础之上，加强精准性，发挥短视频精准营销的特点，实施精准“打击”，能够比较精准地把最新的产品信息传达给目标群体，形成更加有效和高效的营销。**（作者单位：贵州大学旅游与文化产业学院）**

官员化身形象大使，体现了各地文旅局的营销意识和意识的普遍提升。重视项目建设和行业管理，推动经济发展和行业有序发展是各地文旅局的重点。近几年，随着短视频宣传平台的出现，文旅局长亲自出镜进行宣传，营销方式较过去有了新的变化。从营销的发展过程来看，旅游业经历了从无营销到被动营销再到主动营销的发展过程；从旅游管理部门扮演的角色来看，旅游管理部门经历了从管理者到协调者再到营销者的过程。这两个过程不仅仅是方式的变化，更多的是营销意识和意识的普遍增强，也体现的是文旅部门对各地开放发展的责任担当。

文旅局长“出圈”后，要促进“留”量的提升。从春节后的情况来看，相关数据显示，今年2月以来，多个旅游局长“出圈”的相关地方旅游搜索热度有不同程度的增长。其中云南德宏搜索热度同比增长83.36%，环比增长6.88%；新疆塔城搜索热度同比增长18.5%，环比增长39.09%。不过从今年2月酒

网红文旅局长的生成逻辑——场景赋能。社会生活网络化，人们信息获取中对于社交媒体的依赖不断增加，为文旅行业的创新带来新契机，景区、民宿、博物馆、OTA平台等纷纷加入了网络直播的行列，驱动旅游消费空间的多元化分野。新媒体强大的传播力驱动了旅游传播平台的多元化和主体的丰富化，也将旅游行政管理人员推到了市场前沿。文旅行政官员进入宣传市场的现象并非偶然，早在1986年，时任文化部部长就在影片中客串角色；2012年，河南南阳几位旅游局局长在拍摄的旅游宣传微电影中集体“跑龙套”……早期的官员参与较多停留在文化传播的“态度表达”上，并未实质性地介入市场营销，但当前文旅局长们3000米跳伞、策马雪原、时空穿越、性别反串、角色扮演等争取流量的创造，表达了官员与地方深厚血脉情感的连接，在很大程度上推动了文化和山水风景的传播，实现了文旅行政官员进入市场推介的深度实践。

网红文旅局长的生成逻辑——制度赋能。文旅行政管理部门对地方文旅产业发展有义不容辞的责任和义务，这是全球性的共识。旅游宣传是旅游行政部门的工作重点，涵盖公共宣传、工作宣传、公益宣传、普法宣传、专项宣传、形象宣传和产品宣传等诸多内容和层次，文旅局长正是这一系列工作的主要执行者。基于我国的行政逻辑及文旅局长的特征，任务动机、

网红文旅局长的产生及引导

楚玲

近期，各地文旅局长纷纷利用直播的方式推广宣传地方旅游，“出圈”与“内卷”成为网络媒体对这一现象评价中最具代表性词汇，但语义却发生了一定的迁移：“出圈”演绎为文旅局长们不再局限于常规行政工作，而以自媒体为工具、以个人为主角，创作旅游宣传视频，将自己及地方文旅元素引入公众视野；“内卷”反映了地方旅游市场的竞争，折射了在竞争压力下文旅行政官员敢为人先、敢拼、敢闯的创新举措。

政绩动机和伦理动机是官员走向公众的主要动机。“网红官员”作为一种新的政治、经济、文化现象引起了学界的关注，通过网络直播，官员成为销售、推介和政务的复合体，也实现了行政官员与大众最频繁互动，树立了亲民、爱民、为民的公众形象。

网红文旅局长的生成逻辑——技术赋能。随着数字经济的迅速发展，以快手、抖音等为代表的自媒体已经成为人们日常生活的重要内容。与传统传播渠道比较，自媒体有极强的自主性、低成本、多渠道、趣味性强等优势，随着媒体传播环境优化，去中心化、两极化及碎片化等特点极大地迎合了新时期旅游消费特征，为旅游宣传提供了有效的新思路，成为当前旅游宣传的重要工具。基于大众对行政官员形象

的感知，付诸围观、关注、点赞、评论、购买等行为，形成公众与网红文旅官员的支持性互动，继而形成持久长效的旅游信息宣传网络，构建可持续的互动仪式链。

网红文旅局长的引导机制——强化内涵建设。旅游宣传是地方旅游发展的重要内容，但并非旅游发展全部；“网红传播”激活了游客“想要去”的理由，但不一定能成为“留下来、还会来”的原因。地方旅游产业要发展，有效的旅游宣传固然是重要内容，但只有重视内功修炼，真正做到、做强完整的产业体系，提供优质的旅游产品和服务，构建高品质的旅游体验环境，才是地方旅游健康发展的根本。

网红文旅局长的引导机制——避免形式主

义。在文旅局长纷纷“出圈”的大环境下，既有官员顺势而为的积极探索，也可能会有盲目跟风的粗糙效仿，如果缺乏有效的行政监督机制，还会产生部分局长将直播间当作“秀场”，增加了基层工作者的工作负担。政府公众人物，在推介和传播地方旅游形象的同时，更应该兼顾正确的、健康的舆论导向和价值观念。市场机制下的“网红”传播成功的重要标准就是流量，而具有政府公信力的“网红”官员传播的能效，则不能单纯用流量进行判断。尤其在网民素质良莠不齐的网络环境中，官员不经意的失误都可能会通过网络放大，继而引发舆论风险，损害政府公信力。

网红文旅局长的引导机制——建立保障机制。保护网红文旅局长急流勇进、勇于创新的探索，需要科学规范，完善激励机制和容错机制，让创新性的行政作为增进民生福祉；需要加强监管，尽快完善公益直播的管理制度，行政官员要摒除私心，厘清自身的网络言行边界；需要提升素质，提高直播技能，在直播的主题遴选、情节设计、角色扮演等过程中坚持审核制度，坚持正确的舆论导向和价值导向。唯有如此，才能让更多的文旅局长“能出圈”“敢出圈”，真正践行推动地方旅游高质量发展的初心和使命。

（作者单位：贵州大学旅游与文化产业学院）

学思践悟

以“五个通办”为抓手，营造“掌上办”“就近办”政务服务。当前我省政务服务建设已经进入新的发展时期，我省已完成全省政府政务服务事项标准化清单梳理工作，县级以上电子印章刻制比例达到100%，全省政务服务全程网办事项占比均达到75%，与法定时限相比，事项办理承诺时限压缩率达到70%。但在全程网办事项数据响应以及乡镇一级电子印章刻制上仍有较大提供空间，下一步，首先应持续更新优化现有的电子政务服务能力，打破长期已有的数据壁垒，针对例如“企业开办”“税费缴纳”等高频事项，在银行、税务、社保、医保、市场监管等部门之间有效实现跨部门数据共享，提升不同业务部门间数据传输能力，降低数据传输存在滞后和延迟所造成的企业办事不便；其次，应依托贵州省政务服务网，持续深化政务服务“一网、一窗、一次”办，在此基础上实现更多政务服务事项“就近办、家门口办”，从政务服务层面提升企业家的满意度。

持续编制优化营商环境综合改革重点任务清单，依托各行政职能单位为企业找“政策”提供保障。首先，坚持“宽入”“严管”的政策制定标准，在“市场准入”“资金要素获取”上尝试探索行业“证照联办”机制，从政策支持上破解现有的“准入不营”难点，尝试

深化重点领域改革 打造优质营商环境

熊庆祥

省《政府工作报告》重点指出，2023年贵州省要深入推进改革开放，大力营造良好发展环境。着力优化营商环境、支持民营经济发展壮大，其核心在于持续深化“放管服”改革，建立以企业家获得感为导向的营商环境制度，应从五个方面入手。

制定以企业信用为基准的市场准营承诺即入政策，选取部分行业进行试点推行；其次，制定相关“证照分离”政策，尝试开发改革信息系统，实现各改革部门之间的信息推送、数据共享，为改革政策的落地提供信息化基础，能够让企业真实感受落地福利。

积极加强营商环境法治化建设，增强企业投资信心。首先，持续提高我省诉源治理，商事纠纷诉前调解的成效，建立与行业协会、商会等多元纠纷解决机制，充分利用律师协会、普通本科高校在内等智力支持，为省中小微企业在诉前调解和化解矛盾中提供便利和法律援助，大大降低中小微企业的维权难度；其次，构建我省知识产权联动保护和执法机制，针对知识产权保护复杂、各类型案件特点不一、相关案件法律适用标准不统一的特点，可尝试由人民法院与文化和旅游部、知识产权局在内的职能部门构建知识产权联动保护和执法机制，相关部门定期磋商、信息共享为不同类型特点的知识产权纠纷案件统一法律适用标准，有效保护当事人的知识

产权利益；最后，推行容错纠错机制，增加执法温度，依托我省现有的“双随机、一公开”监管2.0系统和企业信用分类分级管理系统，分层次、差异化对违法企业进行有效处罚，做到举一反三，知错能改，罚不再罚。

持续提升服务企业效能，树立“贵人服务”的好口碑。首先，充分发挥营商环境监督员的监督力量，通过定期与营商环境监督员对话，收集各行政辖区内的企业诉求，制定诉求解决工作推进计划，根据计划按时有效解决企业合理诉求，从根本上提升企业经营获得感；其次，持续优化现有的“项目投资代办、企业联络员”制度，企业联络员结合我省制定的年度优化营商环境重点任务清单等政策文件，跟踪政策落地情况，对符合相关政策的企业精准上门推送政策信息，让“政策找企业、企业找政策”真实落地；再次，加大明察暗访力度，尝试探索建立营商环境优化问题治理专班，大力查处和曝光“门难进、脸难看、事难办”等破坏营商环

境的突出问题，举一反三，切实做到“贵人服务”；最后，加大人才队伍培训力度，针对现有的企业联络员、服务人员队伍进行“能办、能调”培训，让企业服务人员熟练掌握各涉企事项的责任权属，知道“去哪儿办、怎么办”，能为企业提供帮办、代办、此外，企业服务人员通过相关培训掌握基本涉商事纠纷的法律知识，能够针对商事纠纷提供基本的法律调解，知道“找谁办、如何办”，大大降低我省相关商事纠纷立案率，精准服务企业提升企业满意度。

加大项目引入、企业培育力度，实现市场正向示范效应。首先，依托存量企业，加大政策宣传力度，以行业为区，从现有的规模以上企业、服务企业、中小微企业中选取享受政策红利、获得感高、经营优良的示范企业，邀请其参与招商宣传，让企业与企业间有效沟通对话，让政策在企业间正向传递，切实提升我省招商引资的吸引力；其次，因地制宜，利用好企业孵化政策，结合我省各地产业分布、人才分布、资源分布的特点，有效利用现有的企业孵化政策，选拔培育“专精特新”中小企业，针对“专精特新”中小企业在市场准入、要素支持上给予更大力度的扶持孵化政策；最后，充分利用现有的企业服务中心，持续简政放权，加大和突出企业服务中心在优化营商环境中的作用，在项目引入、企业培育等环节加大企业服务中心的服务力度，增加企业对“贵人服务”的认同感。

（作者单位：贵州财经大学。本文系省社科规划课题青年项目[19GZQN23]阶段性成果）

实践与思考

推动锰产业集群发展

赵绍益

党的二十大报告指出，巩固优势产业领先地位，在关系安全发展的领域加快补齐短板，提升战略性资源供应保障能力。当前，我省要按照“高端化、绿色化、集约化”发展方向，强化政策支持，强化要素资源保障，强力推动锰产业集群发展，推动锰污染治理取得积极成效。实现绿色低碳、环境友好、结构合理、产业集群的锰产业高质量发展格局。

强化要素保障。一是资金保障。要聚焦企业发展的难点痛点，创新优化资金运作模式，运用新型工业化基金有关子基金，统筹政府专项资金、企业投入和社会投资，科学确定投资方向和力度，加大龙头企业培育力度，推动锰系新材料产业发展和锰渣综合利用。二是用电、用地保障。合理确定锰产业，尤其是新能源电池及材料企业用电价格，多渠道降低企业用电成本，优先保障新能源电池及材料企业用电需求。对符合条件的重大项目，积极争取国家纳入能耗单列政策。全力保障锰产业中新能源电池及材料产业重点项目用地，落实土地用途变更、置换等政策，确保重点项目土地使用计划指标应保尽保。三是要把科技创新作为关键举措。加强科技投入、科技创新、科技攻关、成果转化应用，积极构建推动锰产业高质量发展的创新体系；支持鼓励资源循环利用，推广应用矿产资源节约和综合利用先进技术；加强与关联产业的协同合作，大力支持锰资源开发利用，以及共生资源、尾矿资源综合利用和关键技术攻关，推动资源开发向深加工、高精尖领域提升转化。

着力打造具有竞争力的特色产业集群。一是进一步加大铜仁市发展锰精深加工、锰系新材料的指导。支持铜仁市加快打造“锰矿开采—高纯锰盐—锰动力锂电池正极材料”完整产业链，突出抓好“锰三角”地区锰产业转型发展；促进资源有效保护、规模开发和集约利用，助力打造新能源电池及材料等产业集群；高起点优化整合资源，推进产业集聚发展，延伸产业链、提升价值链，为工业高质量发展奠定坚实基础。二是培育引进龙头企业，加快产业转型升级，推动产业链中布局。制定完善锰产业发展规划，调整优化产业布局，充分发挥比较优势大抓招商引资，推动产业链向两端延伸，提升产业层次，形成集聚效应；大力优化营商环境，为企业做好服务，助推企业加快发展壮大；按照《贵州省“十四五”基础材料产业发展规划》，强化资源精深加工和产业链上下游配套衔接，促进基础材料向新材料领域提升转化，培育新型功能材料产业集群。三是落实好《关于支持铜仁市打造国家级新型功能材料战略性新兴产业集群的若干政策措施》（以下简称《政策措施》）。支持铜仁市立足产业优势，用好11条《政策措施》，加快形成以正极材料和原辅料为重点的新型功能材料产业链条，支持将铜仁市国家级新型功能材料产业集群建成千亿级战略性新兴产业集群。

加强组织领导。一是要始终将锰产业高质量发展作为守好发展和生态两条底线的重大任务。要强化科技支撑，持续推进锰渣无害化处理和资源化利用，逐步实现产销平衡，坚决淘汰落后产能，提高绿色发展水平；努力实现锰精深加工与锰系新材料开发精准对接、聚合发展，助推锰产业提质增效、转型升级；要压实主体责任，细化考核标准，强化政策支持，不断汇聚形成推动锰产业高质量发展的强大合力。二是强化规划引领，推动形成工作合力。要科学制定锰产业高质量发展规划，从全局和长远角度谋划锰产业发展，统筹考虑生态环保、碳达峰碳中和、产能安排、用能指标以及园区等因素，利用新能源汽车动力电池发展的风口机遇，探索产业发展新路径。充分发挥省新型工业化工作领导小组、省领导领衔推进十大工业等机制统筹协调作用，组建锰产业集群发展工作专班。三是全面落实惠企优惠政策，营造良好发展氛围。全面落实党中央、国务院减负纾困、惠企利民系列政策部署，确保企业及时充分享受优惠政策；用好“贵人服务”品牌，深入推进“放管服”改革，强化舆论引导和宣传力度，营造良好营商环境和发展氛围；在各个方面对重点项目予以倾斜支持，集中力量保障新能源电池及材料企业生产经营和项目建设。

坚持不断推动锰污染治理。一是要严格按照国家行业标准和环保标准，持续加大治污力度。特别是要强化源头管控、提升锰渣综合利用水平，实现资源再利用。全面排查电解锰企业、锰渣库等污染源风险点，按照“一企一策”“一库一策”要求，坚持问题导向，着力突破锰渣综合治理等技术难题，全力精准治污，逐一抓好整改。二是要严格环保准入，坚决淘汰落后产能，加快推进生态修复。要进一步完善源头预防、过程控制、损害赔偿、责任追究的责任体系，压实部门监管责任、企业主体责任和属地管理责任。聚焦群众反映强烈的突出环境问题，深入排查整治。要全力治标，坚持问题导向，建立“库长”制度，切实加强锰渣库维护和渗滤液收集处理，加快推进生态修复。要坚持治本，大力推进锰渣无害化处理和资源化综合利用。三是处理好锰渣存量和增量问题，“一厂一策”做好现有电解锰企业环保问题整改。要全面地再排查、再梳理，加强监管管控，补齐安全环保短板，避免发生事故；加快电解锰企业绿色化、智能化改造，减少污染物排放；要积极与国际、国内高端科研机构合作，推动锰渣综合利用技术突破。四是要建设锰矿资源绿色矿山、绿色工厂和绿色工业园区。系统解决锰渣库安全环境风险，大力发展锰渣综合利用产业，强化锰产业科技创新；积极发展生态建材产品，大力推进松桃锰渣变废为宝产业模式，减轻工业废渣给环境造成的压力；继续贯彻落实好《贵州省锰产业绿色发展和锰渣治理奖补资金管理办》规定，奖励锰产业绿色发展和锰渣治理先进单位。

（作者单位：中共贵州省委政策研究室）